

PROYECTO DE CLASES

Modalidad: a distancia, mediante material impreso o whatsapp, PLATAFORMA DEL COLEGIO

MATERIA: Comunicación y Sociedad	Año: 3°
TURNO: MAÑANA	Divisiones todas
Docentes: Vega Adolfo Rolando	

Fecha/s	Tema/s a trabajar
Julio, Agosto y septiembre 2020	<p>“LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA EN EL CAMPO SOCIAL”</p> <p>Algunas de las definiciones que serán mencionadas son el punto de partida para desarrollos teóricos más complejos, que se abordaran más adelante:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aristóteles: Pone el acento en que en la comunicación, para hacernos entender empleamos todas las técnicas de persuasión que poseemos. ▪ Kurt Lewin: psicólogo, medico, biólogo, y doctor en filosofía (1890 – 1947), conceptualiza a la comunicación como un enmarañado sistema de acciones y vinculaciones personales, interactivas y grupales, a través del cual un sujeto transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde, lo que provoca un movimiento circular y continuo. ▪ André Martinet: lingüista francés, parte de la escuela funcionalista (1908 – 1999), es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia, en unidades semiológicas, con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre si. ▪ David K. Berlo; doctor en periodismo (1929 – 1978), es un fenómeno mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor; es, por lo tanto, un fenómeno reglado y no tan libre. ▪ <p>Mas allá de los matices de cada uno de estos autores y entendiendo además que cada una definición depende del momento histórico en el que surgió, todos los pensadores seleccionados coinciden en señalar en que.</p> <p>“La comunicación, es un proceso a través del cual los sujetos se vinculan entre si, para lograr que el mundo sea un espacio donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes”.</p> <p>En estos tiempos se dice que el planeta tierra se ha transformado en una “Aldea global”, en la medida que cualquier hecho que ocurra en cualquier lugar del mundo, por más lejano éste sea, es conocido en forma inmediata en cada rincón del país más distante del suceso.</p> <p>La comunicación vincula a los sujetos entre sí. El hecho de comunicar implica que haya dos o más personas y una que transmita un mensaje a la otra por algún medio.</p>

Tipos de comunicación

Con el objetivo de ofrecer una clasificación clara, tomaremos, la concepción de Roger Malicot quien sostiene que;


La comunicación es la circulación del pensamiento en tres niveles :el primero, el unidimensional (consigo mismo), el segundo, el unidimensional (con los otros), el tercero, el tridimensional (yo con los otros, el contexto y el medio)

La comunicación Intrapersonal: es aquella comunicación, íntima, interior. con uno mismo. Está ligada a la dinámica del pensar las voces interiores; lo consciente, lo inconsciente, las situaciones imaginadas y sus posibilidades. Esta dimensión tiene algo de exterior y de íntimo al mismo tiempo; la reflexión , por lo tanto, forma parte de esta relación entre el afuera y el adentro.

La comunicación interpersonal: es la comunicación de carácter intersubjetivo con otros sujetos. Tiene una lógica de ida y vuelta comunicativa y permite establecer nuestra posición subjetiva en la relación a los otros, el lugar que ocupamos en función del uso que hacemos del lenguaje escrito o hablado, además de permitirnos con cierta nitidez nuestra capacidad para comunicarnos. La comunicación interpersonal nos permite establecer acuerdos y diferencias con los demás. El diálogo es la forma más tradicional de establecer vínculos entre personas.

La comunicación masiva: es la comunicación que intenta llegar a una mayor cantidad de personas. Es en este tipo de comunicación donde los medios masivos juegan un rol fundamental llegando a un público masivo. Radio, televisión, medios gráficos y electrónicos.


Explorando la comunicación



Nivel social

Quando hablamos de comunicación, ¿qué es lo primero en lo que pensamos? Quizás en los medios de comunicación, en una conversación, en alguien navegando por Internet.


En todos los casos la comunicación supone primariamente una relación de **intercambio** entre seres humanos, que tiene por objetivo el encuentro entre ellos, el mutuo entenderse, el caminar juntos. Ella se da en los ámbitos del ser, del hacer y del decir de los hombres. La comunicación establece **una relación** que se caracteriza por el hecho de que siempre implica poner algo en común. Por esto muchas palabras que tienen que ver con la comunicación, poseen la misma raíz, por ejemplo **comuni-on-comuni-dad-comuni-tario**, etcétera.



Nivel institucional

Si bien toda forma de comunicación puede reducirse a un intercambio humano, es diferente la experiencia cuando hablamos cara a cara con alguien de cuando lo hacemos por medio de una carta; más aún, cuando un locutor lee por radio el último boletín informativo o cuando nos llega un mensaje a través del correo electrónico.


El psicólogo norteamericano **Gregory Bateson** propuso distinguir varios niveles en la comunicación para diferenciar la amplitud de las situaciones comunicativas.



Nivel interpersonal

• **Un primer nivel: comunicación intrapersonal**, que es el espacio de la comunicación con uno mismo, de la reflexión y de la apertura hacia lo trascendente.

• **Un segundo nivel: la comunicación interpersonal**. Es la comunicación cara a cara, sin ningún tipo de mediación, es la que usamos diariamente con mayor frecuencia, por ejemplo en la familia, o con nuestros amigos. Es una forma de comunicación en la que los sentimientos juegan un rol fundamental. En general establecemos una buena comunicación con aquellas personas que nos resultan agradables, aquellas con las cuales encontramos puntos en común. Pero una comunicación que sólo se quedara en este escalón, sería muy pobre, porque la riqueza en las interacciones comunicativas depende también de la apertura que tengamos a todo aquello que consideramos como diferente.



Nivel intrapersonal

• **El tercer nivel: comunicación institucional**. Asociamos con ésta, las prácticas comunicacionales mediadas por algún tipo de norma o estructura, como la que se construye en una escuela o en un club. Las instituciones, al igual que los hombres y las mujeres, tienen la posibilidad de comunicarse. Las instituciones se comunican hacia dentro (comuni-

La cultura y la comunicación

cación interna) y hacia fuera (comunicación externa); a su vez, también se relacionan con el entorno a partir de la imagen institucional que han construido. Las instituciones son la base de la vida social, y a través de ellas se transmite y se recrea la cultura. Por ejemplo, ¿qué aprendemos en la escuela? Todo lo que han construido en la historia las mujeres y los hombres que vivieron antes que nosotros; esto ocurre con Matemática, Biología, Física; los conocimientos que trabajamos en esas materias son el resumen de años y años de investigación, de pruebas, de errores y de aciertos. Muchos se preguntarán por qué es importante esta transmisión. Es importante porque, entre otras muchas razones, así podemos seguir aportando nuestro granito de arena a la construcción de la comunidad cultural y social.

Institución

Es un grupo de personas que se reúnen con un fin determinado, que para ser tal, necesita un reconocimiento público de su existencia.

Existen muchos tipos de instituciones, las privadas como las empresas; las estatales, como los ministerios, el congreso; y también las organizaciones no gubernamentales: Poder Ciudadano, Greenpeace, etcétera.

Aplicación práctica

- 1) Describe un día en tu vida.
- 2) Mide cuánto tiempo utilizas en cada nivel de comunicación durante la jornada que describiste.
- 3) Calculen los porcentajes de todo el curso.

Nivel intrapersonal	
Nivel interpersonal	
Nivel institucional	
Nivel social	
Cantidad de horas que empleo en comunicación:	

Colegio Secundario N° 5051 Ntra. Sra. de La Merced

Orientación: Humanidades y Ciencias Sociales

Asignatura: Comunicación y Sociedad

Profesor: Adolfo R. Vega

Curso: 3° año

Ciclo Orientado

Año: 2020

LAS FASES DE LA CODIFICACION HUMANA

1- Fase oral:

No lo sabemos con certeza pero el primer modo de comunicación ha sido aquel que permitió nombrar las cosas, señalarlas, imitarlas, etc., es decir, el lenguaje hablado y los gestos. Por eso plantearemos que la primera etapa o fase en la codificación humana es la fase oral. La primera forma de transmitir experiencias fue la fase oral de la comunicación: el lenguaje hablado y los códigos gestuales. Es decir, todo aquello que no dejara huellas más allá del momento de la enunciación. La distorsión y la pérdida de información son riesgos inevitables de la tradición oral. En la actualidad, a pesar de las tecnologías y desarrollo de la escritura, muchas actividades siguen sostenidas en la tradición oral: en las historias familiares, cuando un abuelo relata la vida de sus propios abuelos, los nietos conocen sus raíces a partir de cuentos y anécdotas transmitidas oralmente. El uso del teléfono también ha planteado un regreso a la tradición oral, ya que muchos negocios, transacciones comerciales, invitaciones y hasta encuestas políticas se concretan "de palabra", entre otros ejemplos.

2- Fase Mnemónica:

Algunas comunidades percibieron que a lo largo de distintas generaciones, los recuerdos se tergiversaban, los relatos se distorsionaban y algunas noticias se perdían. Entonces comenzaron a conservar algunos objetos que ayudaran a recordar los hechos con mayor fidelidad. La fase mnemónica nace, precisamente, con el objeto de conservar el recuerdo ("mnemo" significa memoria) Estos objetos han sido siempre un apoyo a memoria en el momento de reproducir un relato oral. Por sí mismo, cada objeto no transmite demasiada información. Ese objeto sigue necesitando de la información oral para complementarse y ubicarse en un universo de sentido.

Universo de sentido: Limita las visiones del mundo que existen para una sociedad. Un signo sólo puede ser atendido si cae dentro de ese universo indicador de lo "normal", lo "raro" y lo "posible" en un momento para una sociedad determinada.

Los objetos materiales ayudaron también a jerarquizar las informaciones importantes de aquellas otras que merecerían descartarse. Algunos elementos se usaban y luego se perdían. Otros en cambio, adquirirían un nuevo valor afectivo o recordatorio, por lo que eran conservados. Los objetos cambian su sentido, pasan a ser representantes de emociones, situaciones, evaluaciones y valoraciones de la persona que los guarda. Más allá del recordatorio individual, existen otros objetos con los que se construye una historia social. Son los objetos de los personajes públicos, de los museos, aquellos que han pertenecido a algún famoso artista o político o que han sido usados en alguna situación determinada. También hoy tenemos una gran cantidad de signos mnemónicos sostenidos en convenciones sociales o reglas: los suvenires que recuerdan cumpleaños, bautismos y /o casamiento, los anillos de compromiso, las monedas o estampillas, los trofeos de un campeonato deportivo, etc. Habitualmente los signos mnemónicos pierden el sentido si no hay una persona que recree, a través de un relato, el contexto de toda la situación.

3- Fase Pictórica o icónica:

A pesar del apoyo mnemónico de los objetos, la historia de una sociedad seguía dependiendo de los relatos de una persona a otra. No existía un registro que trascendiera la muerte humana. En un momento, el arte rupestre comenzó a armar ese registro. De hecho, este arte se ha conservado por varios siglos. La característica de los signos pictóricos es que pretenden ser una copia de la vida real. Recrean las situaciones, los animales y las personas. Muchos historiadores han podido conocer los cultivos y el tipo de ganado criado por una comunidad, así como El Obelisco. Bs. As.

En Argentina, provincia de Santa Cruz ,la Cueva de las Manos ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999.

algunas características de su organización social, a partir del registro de sus pinturas en grutas, paredes o cementerios .Los signos pictóricos o icónicos tuvieron una gran importancia en la vida social durante muchos siglos. Los nobles y las familias reales han pretendido ser retratados por los pintores de su época. La primera gran función de la pintura, hasta la aparición de la fotografía, ha sido la de reflejar la realidad, imitar el aspecto estable de las cosas. Algunos autores la llaman pintura "objetiva" o "realista". Las nuevas tendencias en pintura desligadas de esa función-copia (como el impresionismo, el cubismo, el puntillismo, el expresionismo, la pintura abstracta, entre otras) comenzaron a consolidarse recién cuando la función de reflejar los hechos ya habían sido delegada a otros medios técnicos: las historietas y muchas de las películas cinematográficas forman parte de los signos pictóricos que copian la realidad.

4- fase Simbólica o ideográfica:

Los dibujos que imitan la realidad tienen un límite: la imposibilidad de transmitir sensaciones, pensamientos, reflexiones acerca de esos hechos ¿Cómo dejar registro de la filosofía, la religión y los razonamientos de una cultura? A través de otros dibujos o signos que **se llaman ideográficos, precisamente porque grafican ideas** .Los signos más conocidos de estas características son los jeroglíficos egipcios, pero muchas otras comunidades también lo utilizaron. También los utilizamos actualmente, como los escudos y las banderas que pretenden agrupar distintas ideas acerca de la institución o el país al que representan. También se ve en algunos códigos específicos, como las señales de tránsito, la escritura musical, los logos de las distintas marcas de empresas.

5- Fase alfanumérica:

En la medida que los signos ideográficos requerían mayor especificidad, se hizo necesario segmentar los signos. **Los signos alfabéticos son unidades mínimas e indivisibles**. Una letra no significa nada por sí misma, pero combinada con otros signos puede proyectarse hasta llegar a describir lo no visto, nombrar lo inabarcable, decir lo imaginado, describir pormenorizadamente sensaciones, pensamientos, actitudes y reflexiones. La incorporación de la escritura alfabética se adjudica a los sumerios, entre los años 5000 y 4000 a. C. que habitaron los ríos Tigris y Éufrates, en la Mesopotamia asiática. Algunos consideran a la escritura alfanumérica como la primera tecnología de la comunicación, porque el alfabeto no es un simple gráfico o visualizador de sonidos del lenguaje hablado, sino que logra una primera abstracción visual del pensamiento. **La fase alfabética incluye además a los números y sus distintas denominaciones, por lo que debería llamarse más precisamente "fase alfanumérica"**. Esta etapa silábica es conocida en sus comienzos por un grupo de textos correspondiente a la época de las dinastías I y II de Sumerios (2800 a. C.). En esos textos encontramos el primer uso identificable de elementos fonéticos y de gramática, y en la medida en la que se puede identificar el uso de sílabas en la escritura cuneiforme, podemos conocer el lenguaje sumerio. La tablilla lateral, procedente de Ur, c.2900-2600 a. C., describe una entrega de cebada y comida a un templo.

Actividades para el alumno

Aplicación Práctica N° 1 (Fase oral)

¿Qué otros ámbitos de la vida cotidiana puedes plantear como ejemplos de la Tradición oral? Recordá que se debe tratar de hechos que no estén avalados por escrituras, grabaciones, videos, fotos u otros datos recordatorios más que los gestos y las palabras.

Aplicación Práctica N° 2 (Fase Mnemónica)

En tu vida cotidiana:

¿Cuáles son los objetos que guardas como recuerdos y cuáles descartas?

¿Cuáles son los motivos que te llevaron a guardarlos?

¿Crees que otros entenderían su sentido con solo verlos? ¿Por qué?

En tu grupo de amigos o compañeros, ¿Hay objetos que tengan un sentido común para todos?

Aplicación Práctica N° 3 (Fase Pictórica o Icónica)

- 1- Armar una historia a partir de 5 imágenes gráficas creadas por uds, a partir de alguna problemática social. Drogadicción, alcoholismo, violencia de género, ciberacoso, etc.
- 2- En una hoja aparte, escribir la historia que quisiste representar con esas imágenes.

Aplicación práctica N° 4 (Fase Ideográfica o Simbólica)

- 1- ¿Qué signo Ideográficos conoces que funcionan en la actualidad?
- 2- ¿Dentro de que códigos encuadrarías a cada uno de ellos?
- 3- ¿por qué los signos Ideográficos requieren de una convención social?

Aplicación Práctica N° 5 (Fase Alfabética – Alfanumérica)

“hasta que se inventó la escritura, el hombre vivió en el espacio acústico: sin límites, sin dirección, sin horizontes, en las tinieblas de la mente, en el mundo de la emoción, con la intuición primordial, con el terror. El lenguaje es un mapa social de este pantano”.

MC LUHAN MARSHALL, citado por Sempere: La galaxia Mc Luhan...

Luego de leer esta cita, responde:

¿Por qué te parece que la escritura “ordena y da dirección” a los pensamientos?

¿Por qué la escritura puede ser vista como un “mapa social”

Hay algunos signos muy difíciles de clasificar según las etapas de codificación, porque concentran en sí mismos todas las etapas. Por ejemplo, pensemos en el dinero:

- 1) Si lo tomamos como el objeto capaz de tener en sí un sentido, un valor recordatorio, podemos considerarlo un **signo mnemónico**, ya que poseer un billete o moneda recuerda la capacidad económica de su poseedor para adquirir cosas.
- 2) Las reglas para utilizar el dinero deben ser explicadas por **tradición oral**. Cuando una sociedad cambia la denominación o numeración de la moneda, llama la atención la resistencia de alguna gente mayor a nombrar al dinero con los nuevos códigos. "Mi abuela todavía habla en australes"; "Mi abuelo me dijo que el paraguas le salió doscientos pesos. Me asusté, pero resulta que eran \$20.- y él todavía habla en la otra moneda".
- 3) Cada billete o moneda tiene una referencia **pictórica o icónica** a héroes, gobernantes, hechos o monumentos históricos. "Dad al César lo que es del César", decía Cristo hace 2000 años al ver el retrato de ese gobernante en la moneda del Imperio Romano. Muchos otros representantes políticos han impreso su imagen, fotografía y/o alusión a hechos históricos en los billetes. El Banco Credicoop realizó una campaña publicitaria sostenida en esta característica icónica de los billetes argentinos al "darles vida" a los próceres impresos, quienes, desde el billete, repiten sus propios ideales. A través de esta posibilidad icónica, el banco plasma su eslogan "El dinero de los argentinos en manos de los argentinos", oponiéndose a la creciente incorporación de monopolios de la banca extranjera en el mercado financiero argentino.
- 4) Por otro lado, el alto grado de convención social que requiere el uso del dinero lo convierte en **ideográfico**. Si no creyéramos en esa convención social no intercambiaríamos bienes tangibles a cambio de un papelito. Lo hacemos porque sabemos que los otros miembros de la sociedad reconocerán en ese papel un valor similar.
- 5) Sin la numeración el valor de los billetes sería imposible de ordenar. Por lo tanto, se trata de un **signo alfanumérico**. En nuestro país, además de los números impresos, también contamos distintos colores para identificar valores distintos (signo ideográfico). Pero en otras monedas –como el dólar– la distinción alfanumérica es aún más importante.

Como vemos, una vez más, la construcción del sentido social es muy compleja y la clasificación de los signos y códigos a partir de "fases o etapas" muchas veces se entrecruza, se intercambia y se interconecta. El uso hace a los signos y, así como cada sociedad cambia, sus signos también.



COLEGIO SECUNDARIO N° 5051, NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED

